

## DAFTAR ISI

|                                                                      | Halaman |
|----------------------------------------------------------------------|---------|
| PERSETUJUAN SKRIPSI .....                                            | ii      |
| PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....                                      | iii     |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....                                 | iv      |
| ABSTRAK .....                                                        | v       |
| <i>ABSTRACT</i> .....                                                | vi      |
| KATA PENGANTAR.....                                                  | vii     |
| DAFTAR TABEL.....                                                    | xiii    |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                  | xiv     |
| BAB I    PENDAHULUAN.....                                            | 1       |
| 1.1    Latar Belakang Masalah.....                                   | 1       |
| 1.2    Rumusan Masalah .....                                         | 6       |
| 1.3    Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....                           | 8       |
| 1.3.1    Tujuan Penelitian.....                                      | 8       |
| 1.3.2    Kegunaan Penelitian.....                                    | 8       |
| 1.4    Sistematika Penulisan.....                                    | 10      |
| BAB II    TELAAH PUSTAKA.....                                        | 12      |
| 2.1    Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu.....                  | 12      |
| 2.1.1    Landasan Teori .....                                        | 12      |
| 2.1.2    Penelitian Terdahulu .....                                  | 23      |
| 2.2    Hipotesis .....                                               | 29      |
| 2.2.1    Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Kepercayaan Merek.....    | 29      |
| 2.2.2    Pengaruh Citra Merek terhadap Kepercayaan Merek .....       | 30      |
| 2.2.3    Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Kepercayaan Merek ..... | 30      |
| 2.2.4    Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Loyalitas Merek.....      | 31      |
| 2.2.5    Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Merek .....         | 31      |
| 2.2.6    Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Loyalitas Merek .....   | 32      |
| 2.2.7    Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek.....    | 32      |
| 2.3    Kerangka Pemikiran .....                                      | 33      |
| BAB III    METODE PENELITIAN .....                                   | 36      |
| 3.1    Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....    | 36      |
| 3.1.1    Variabel Penelitian.....                                    | 36      |

|        |                                                             |    |
|--------|-------------------------------------------------------------|----|
| 3.1.2  | Definisi Operasional Variabel.....                          | 36 |
| 3.2    | Populasi dan Sampel.....                                    | 38 |
| 3.2.1  | Populasi .....                                              | 38 |
| 3.2.2  | Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....                  | 38 |
| 3.3    | Jenis dan Sumber Data .....                                 | 39 |
| 3.4    | Metode Pengumpulan Data .....                               | 40 |
| 3.5    | Metode Analisis .....                                       | 42 |
| 3.5.1  | <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....              | 42 |
| 3.5.2  | Uji Asumsi Normalitas .....                                 | 44 |
| 3.5.3  | Evaluasi Model Pengukuran.....                              | 44 |
| 3.5.4  | Uji Kesesuaian Model ( <i>Goodness of Fit</i> ).....        | 45 |
| 3.5.5  | Uji Hipotesis.....                                          | 47 |
| BAB IV | HASIL DAN ANALISIS.....                                     | 48 |
| 4.1    | Deskripsi Objek Penelitian.....                             | 48 |
| 4.1.1  | Gambaran Umum Merek AQUA.....                               | 48 |
| 4.1.2  | Visi dan Misi Danone Aqua (AQUA) .....                      | 50 |
| 4.2    | Analisis Data .....                                         | 52 |
| 4.2.1  | Deskripsi Responden.....                                    | 52 |
| 4.2.2  | Uji Asumsi Normalitas .....                                 | 59 |
| 4.2.3  | Evaluasi Model Pengukuran.....                              | 61 |
| 4.2.4  | Uji Kesesuaian Model .....                                  | 66 |
| 4.2.5  | Uji Hipotesis.....                                          | 67 |
| 4.3    | Interpretasi Hasil.....                                     | 69 |
| 4.3.1  | Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Kepercayaan Merek.....    | 69 |
| 4.3.2  | Pengaruh Citra Merek terhadap Kepercayaan Merek .....       | 70 |
| 4.3.3  | Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Kepercayaan Merek ..... | 72 |
| 4.3.4  | Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Loyalitas Merek.....      | 73 |
| 4.3.5  | Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Merek .....         | 74 |
| 4.3.6  | Pengaruh Persepsi Kualitas terhadap Loyalitas Merek .....   | 78 |
| 4.3.7  | Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek.....    | 80 |
| BAB V  | PENUTUP .....                                               | 82 |
| 5.1    | Simpulan.....                                               | 82 |
| 5.2    | Implikasi Teoritis .....                                    | 83 |
| 5.3    | Implikasi Praktis Manajerial.....                           | 85 |

|                      |                    |    |
|----------------------|--------------------|----|
| 5.4                  | Keterbatasan ..... | 86 |
| 5.5                  | Saran .....        | 87 |
| DAFTAR PUSTAKA ..... |                    | 89 |
| LAMPIRAN .....       |                    | 94 |

